

TECNICHE DI PRESENTAZIONE IN PUBBLICO

"Guida del partecipante"
©Vietata ogni riproduzione

Olympos Group srl. Via XXV aprile, 40 - 24030 Brembate di Sopra (BG)

Tel. 03519965309 - Fax 1786054267 - customer.service@olympos.it

- www.olympos.it

- ©Vietata ogni riproduzione -

SVILUPPARE UN PIANO PERSONALE DI MIGLIORAMENTO

- I quattro stadi dell'apprendimento di un essere umano sono:
- ▶ **inconsciamente incompetente**: non si sa di dovere / potere imparare un qualcosa;
 - ▶ **consciamente incompetente**: so di potere imparare un qualcosa;
 - ▶ **consciamente competente**: so di saper / saper fare una cosa;
 - ▶ **inconsciamente competente**: riesco a compiere azioni senza pensarci, mi vengono spontanee.
- ▶ Ognuno di noi ha dei punti di forza (+) e delle aree di miglioramento (-). Tutti i giorni abbiamo l'occasione per metterci alla prova in continuazione, testando sul campo le proprie capacità e i propri progressi. I punti di forza sono una grande risorsa, soprattutto quando ne diveniamo consapevoli.

SVILUPPARE UN PIANO PERSONALE DI MIGLIORAMENTO

Per quanto riguarda le aree di miglioramento le possiamo distinguere in:

- ▶ **le aree di miglioramento consapevoli:** siamo a conoscenza che rappresentano dei nostri punti di debolezza. Tra tutte le nostre aree di miglioramento, queste sono le meno pericolose. Infatti, essendone coscienti vuol dire che abbiamo già presente l'obiettivo su cui impegnarci.
- ▶ **le aree di miglioramento inconsapevoli:** queste sono il vero pericolo. Sono anche i nemici/freni che ogni giorno inconsapevolmente portiamo con noi nel nostro lavoro. Dobbiamo sempre cercarle in ogni occasione: confrontandoci con i colleghi, durante un corso di formazione, autoanalizzando le nostre performance, leggendo un libro, ... Nello stesso giorno in cui non vorremo o saremo più in grado di individuarle avremo finito di migliorare e di crescere. La mancanza di umiltà è una delle peggiori aree di miglioramento. **Se non c'è umiltà manca la predisposizione al miglioramento continuo.**

SEMINARIO INTERAZIENDALE: "TECNICHE DI PRESENTAZIONE IN PUBBLICO"

Obiettivi:

- ▶ Migliorare le proprie capacità di parlare in pubblico con successo
- ▶ Curare nei dettagli il proprio discorso per massimizzarne l'efficacia
- ▶ Aumentare la propria sicurezza ed essere disinvolti in ogni momento della presentazione

Contenuti:

- ▶ Le regole d'oro nel parlare in pubblico: come fare per farsi accettare e capire
- ▶ Gli errori da evitare
- ▶ Comunicare con la voce e con il corpo
- ▶ Valutare le proprie capacità comunicative
- ▶ I principi guida di una comunicazione efficace
- ▶ La definizione degli obiettivi della comunicazione
- ▶ L'articolazione dei contenuti in funzione del tempo a disposizione
- ▶ Come mantenere sempre alta l'attenzione dell'uditorio
- ▶ Prepararsi a tenere un discorso convincente per una comunicazione di successo
- ▶ Aprire positivamente la propria presentazione: introdurre sé stessi e il proprio discorso
- ▶ Tecniche di rilassamento per controllare la propria emotività e lo stress
- ▶ La scelta degli strumenti da utilizzare
- ▶ Le regole da rispettare nel predisporre eventuali slides di supporto al proprio intervento
- ▶ La gestione delle situazioni critiche
- ▶ Come concludere il proprio discorso

1. Il processo di apprendimento
2. La comunicazione interpersonale
3. La preparazione della presentazione
4. Gli strumenti di supporto
5. L'apertura (decollo)
6. Lo svolgimento (volo)
7. Le tipologie di partecipanti
8. Le situazioni critiche
9. La chiusura (atterraggio)

Comunicazione strutturata
che mira a raggiungere
un obiettivo predefinito
di influenzamento
di chi ascolta

1- Il processo di apprendimento

*“Non si può insegnare niente a un uomo.
Si può solo aiutarlo a scoprire ciò che ha già dentro di sé”
G. Galilei*

- ▶ Dimentico ciò che odo. Ricordo ciò che vedo. Imparo ciò che faccio (Confucio)
- ▶ Il cervello si “disconnette automaticamente” dopo soli 10-15 minuti se non gli viene dato qualcosa per stimolarlo
- ▶ Se il messaggio è dato 1 sola volta, il cervello, un anno dopo, ricorda il 10%; quando è dato sei 6 volte, la memoria sale al 90%

- ▶ In un solo giorno un individuo medio dimentica i due terzi pieni di ciò che ha appreso.
- ▶ Più tempo passa, più in basso cade la linea nella sezione delle cose dimenticate.
- ▶ Un messaggio che non viene ricordato è inutile. È valido solo se il destinatario non lo dimentica.

▶ **Sapere:**

- acquisizione di conoscenze (organizzative / specialistiche / socio-culturali / scientifiche / tecnologiche)

▶ **Saper fare:**

- il sapere operativo relativo al ruolo professionale

▶ **Saper far fare:**

- Il saper trasferire agli altri nella maniera più opportuna

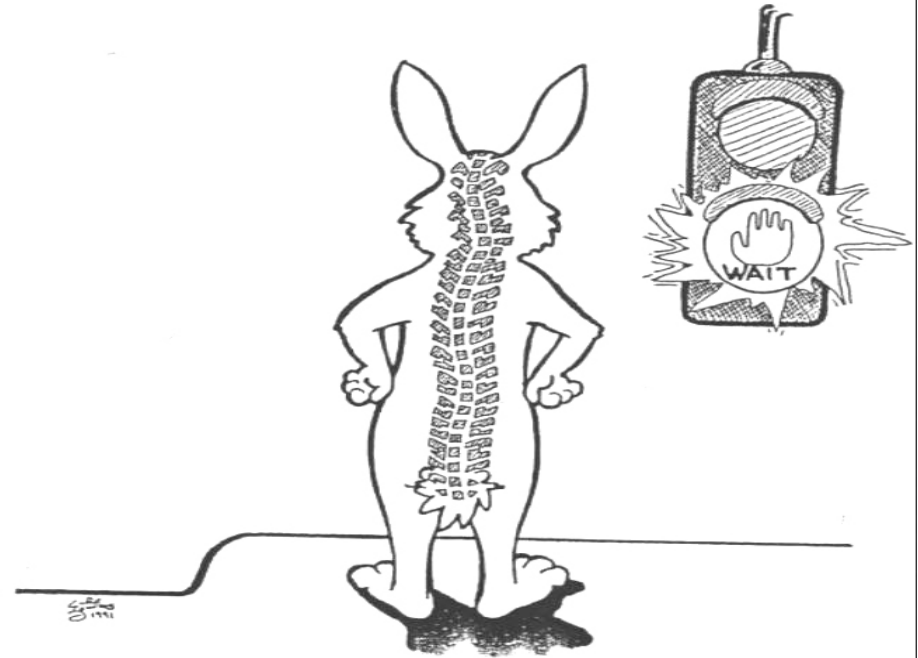
▶ **Saper essere:**

- l'apprendimento e la messa in atto dei comportamenti organizzativi efficaci

	AMBITO	APPROCCIO	"DESTINAZIONE"
•	SAPERE Cognitivo (conoscenze/informazioni)	Istruzione	Razionale (<i>"cervello"</i>)
•	SAPER FARE Operativo (competenze professionali)	Addestramento	Pratico (<i>"mano"</i>)
•	SAPER ESSERE Psicologico (atteggiamenti)	Formazione	Emotivo (<i>"cuore"</i>)

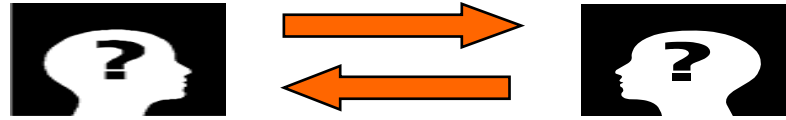
L'apprendimento non ha luogo fino a quando il comportamento non è cambiato.

Pike's Fourth Law



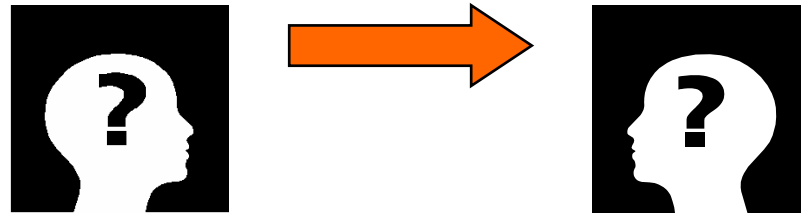
2- La comunicazione interpersonale

".. Pensate da uomini saggi, ma parlate come la gente comune.."
Aristotele



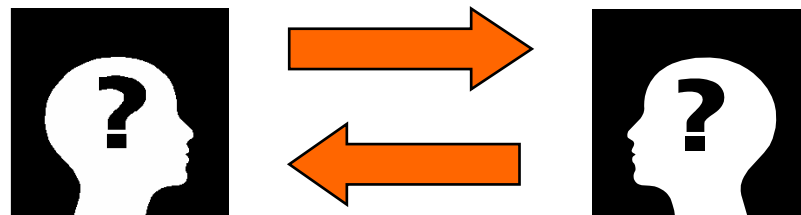
- ▶ **L'emittente**
- ▶ **La codifica:** la trasformazione del pensiero in forma simbolica
- ▶ **Il messaggio:** l'insieme dei simboli che l'emittente trasmette
- ▶ **Il mezzo**
- ▶ **La decodifica:** chi riceve dà significato ai simboli trasmessi dalla fonte
- ▶ **Il ricevente**
- ▶ **La risposta:** l'insieme di reazioni che il ricevente ha dopo essere stato esposto al messaggio
- ▶ **La retroazione:** la parte di risposta che chi riceve manda alla fonte
- ▶ **Il rumore:** distorsione / filtri / barriere...

COMUNICAZIONE AD UNA VIA



“Trasmissione di parole che diventano comunicazione solo se acquistano un significato nella mente di chi li riceve”. (H. Leavitt)

COMUNICAZIONE A DUE VIE



“Trasmissione di parole caratterizzate dal fatto che al comunicante arriva la risposta del ricevente”. (Braga)